Brand Leadership

On Septembrie 27, 2015

Revizuiește-ți permanent creația, lansând un procedeu inedit de aducere în prim plan a unei experiențe personale mai vaste.

Cel ce a văzut filmul „Alexandr Nevski" și știe că bătălia ocupa o însemnată parte a filmului, va înțelege gândul lui Eisenstein la realizarea actualei pelicule: „Greva", când încerca să acorde o mare întindere scenei în care muncitorii întâmpină rezistența brutală a mașiniștilor din camera de cazane. Bătaia aceasta era mult prelungită de Eisenstein, spre disperarea supervizorilor, care se îngrozeau de greutățile ivite la tot pasul.

Căci Eisenstein, pasionat în muncă la această scenă, o realiza ca un număr de circ complicat, cu salturi, lupte, aruncarea de oameni în butoaie, etc. Totul fu pus la punct într-o repetiție, dar la filmare lucrurile nu mergeau. Multe scene au trebuit de multe ori reluate. Când în sfârșit, după numeroase filmări inutile, totul a reușit, s-a descoperit că nu mai ajungea pelicula și întreaga cazna a trebuit reîncepută. Eisenstein a insistat pentru filmarea completă a bătăii, deși la montaj a acceptat apoi, din considerații de dramaturgie, scurtarea ei.

Direcția vedea în toate aceste insistente mai degrabă niște capricii ale regizorului. Ele se dovedeau însă a fi o perseverentă urmărire a intențiilor sale inițiale. *

Leadership: Reușești să îți pui în valoare gustul pentru conținutul pe care îl promovezi, prin implementarea verosimilului într-o prezentare imaginară a realității ?

În toate segmentele de producție a cunoașterii, indiferent de cerințele leadershipului sau de abordarea constructivă adoptată, în funcție de curentele, stilurile sau formulele de continuare a revizuirii creației, domină clar o anumită structură de pregătire. Iar această pregătire, ce decurge din tot ceea ce îți pune în valoare gustul pentru conținutul pe care îl promovezi, nu se poate răsfrânge pe de-a-ntregul asupra libertății de exprimare decât dacă reușești să implementezi „verosimilul".

Cunoașterea este acea parte de viziune pe care o apreciezi nu numai prin prisma conținutului ei de realism, ci în special prin cadrul acțiunii pe care ea o formulează.

Aici verosimulul (instrumentul central necesar artei de a convinge) capătă accente de fenomen ce ia amploare dat fiind numărul tot mai mare al colajelor care contribuie la atingerea viziunii și la cultivarea unui climat artistic superior. Iar a implementa verosimilul într-o prezentare imaginară a realității înseamnă să creezi cadrul unui lungmetraj care reflectă tendința de a reinventa relația dintre ceea ce trăim și ceea ce avem iluzia că trăim, sau relația dintre ce se întâmpla pe scenă și privirea spectatorului.

Verosimilul este partea de scenariu care arată modul în care se reflectă în conștiința spectatorului realitatea exterioară la care face trimitere regizorul.

Revizuirea creației, asumată ca spațiu de depozitare a raționamentelor ce te definesc ca scenarist într-un proiect de lung metraj, în fond nefiind vorba decât de un procedeu inedit de aducere în prim plan a unei experiențe mai vaste de explorare a lumii și a vieții, se poate concretiza într-o interfață prietenoasă sau greu accesibilă, într-o construcție anume, sofisticată, numită scenă. Momentan vom elimina implicațiile de ordin pur fenomenologic ale acestei forme de artă, dar îi vom atribui o notă unică de obiectivitate.

Această scenă, cu un plot bine definit, în care sunt introduse o intrigă complexă, un punct culminant sau un „piece of action”, pe care nu o putem deduce pur și simplu și formulele și principiile teoriei desprinse din combinația experienței cu realitatea, se realizează într-un cadru nou de interacțiune cu oamenii.

Scena tinde să capete un contur individual de organizare riguroasă a elementelor de regie, o anumită structură care te avantajează în momentul când vrei să activezi opțiunea de a-ți depăși limitele. Să regizezi înseamnă să materializezi un concept izvorât dintr-o experiență a cunoașterii, respectiv dintr-o acțiune complexă de prelucrare a informației reprezentată în formă idealizată.

Verosimilul, dotat cu elemente cu caracter de „știre”, se produce ca răspuns al gândirii și imaginației care marchează demersurile de-a lungul anilor de cucerire a unui teritoriu izolat, mai ales atunci când reușești să transformi informația într-o adevărată experiență existențială, înnobilată cu o tentă artistică. Atunci când reușești să transformi munca experimentală și pregătirea teoretică într-o poveste reală.

Un procedeu inedit de aducere în prim plan a unei experiențe personale mai vaste constă în asocierea elementelor vizuale și sonore cu cele conceptuale, încât să dai o notă de certitudine evenimentelor traite la un moment dat și la o anume intensitate.

Poti să scoți în evidență latura unei realități mai largi care confirmă educația ta culturală prin lansarea apetitului pentru cultura perseverenței și a calității în construirea compozițiilor artistice?

Brand Leadership evidențiază ceea ce creezi prin includerea unor concepte, sau asocieri între idei și cunoștințe, în realitatea care o vrei tu să se vadă, nu neapărat cea pe care o știu cu toții. Brandul se poate concretiza într-o interfață prietenoasă sau greu accesibilă, într-o construcție anume, sofisticată, numită scenă, cuprinzând situații, personaje, aspecte caracteristice ale vieții, redate prin experiență proprie.

Dacă vrei să prezinți leadershipul sub altă formă, revizuiește-ți permanent creația, lansând un procedeu inedit de aducere în prim plan a unei experiențe personale mai vaste.

* Notă: Ion Barna - *Eisenstein* , Editura Tineretului, 1966.

Source: https://neculaifantanaru.com/brand-leadership.html